

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kata yang sudah sangat umum di Indonesia, dan telah menjadi bagian dari perekonomian dan kehidupan sehari-hari masyarakat. UMKM memiliki peran yang sangat penting pada pertumbuhan perekonomian di kota Bandung dengan memberikan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan daya beli masyarakat dan menggerakkan roda perekonomian, termasuk di wilayah Jawa Barat, khususnya kota Bandung.

UMKM memiliki pengaruh dan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian Negara Republik Indonesia (RI), seperti yang disampaikan Suparjo Ramalan seorang jurnalis OkeFinance dalam artikelnya pada Rabu, 02 Desember 2020 mengingatkan kita bahwa UMKM menjadi penyokong utama perekonomian Indonesia pada tahun 1998 saat terjadi krisis keuangan Asia pada 1997-1998, seperti yang disebutkan dalam tulisan oleh Raharjo Ramalan yang mengambil kutipan dari Bahlil Lahadalia, Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), yang mengungkapkan bahwa selama periode krisis ekonomi pada tahun 1998, UMKM memainkan peran vital dalam pemulihan ekonomi Indonesia, sementara bukanlah konglomerat atau perusahaan besar yang berperan penting.

Menurut UU No 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja dan memberikan layanan ekonomi yang merata kepada masyarakat. Mereka juga memiliki peran penting dalam upaya meratakan distribusi pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memainkan peran strategis dalam menjaga stabilitas nasional. Selain itu, UMKM dianggap sebagai salah satu elemen sentral dalam ekonomi nasional yang harus diberikan kesempatan, dukungan, perlindungan, dan peluang pengembangan sebanyak mungkin sebagai bentuk dukungan yang tegas kepada sektor ekonomi rakyat, tanpa mengesampingkan peran Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.



Gambar 1.1

Jumlah Usaha, Kecil, dan Menengah Indonesia (2015 – 2019)

Sumber: Kemenkop UKM

Dari grafik diatas, terlihat bahwa jumlah UMKM terus meningkat dari tahun ke tahun selama periode tersebut. Ini mencerminkan pertumbuhan yang positif

dalam sektor UMKM di Indonesia. Ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia dan memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Untuk menjaga pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya mungkin perlu mendukung UMKM melalui berbagai kebijakan dan inisiatif yang mendukung perkembangan sektor ini.

Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019 terdapat sekitar 65,47 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 1,98% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang berjumlah sekitar 64,19 juta unit UMKM. Dengan demikian, UMKM ini mencapai hampir 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Sebaliknya, usaha berskala besar hanya mencakup 5.637 unit atau sekitar 0,01%. Secara lebih rinci, sekitar 64,6 juta unit merupakan usaha mikro, yang menyumbang sekitar 98,67% dari total UMKM di seluruh Indonesia. Selanjutnya, terdapat sekitar 798.679 unit usaha kecil, yang menggambarkan proporsi sekitar 1,22% dari total UMKM di dalam negeri. Di sisi lain, jumlah usaha menengah mencapai sekitar 65.465 unit, yang menyumbang hanya sekitar 0,1% dari total UMKM di Indonesia. (Mahdi, 2022)

Didalam upaya untuk mendukung pertumbuhan UMKM, UMKM dihadapkan kepada permasalahan dalam hal inovasi untuk meningkatkan daya saing yang lebih disebabkan adanya keterbatasan dalam kemampuan dalam beradaptasi dengan lingkungan yang masih terbatas. Dalam memanfaatkan peluang usaha serta minimnya inovasi dalam berbagai tantangan lingkungan. (Ayunin et al., 2021).

Bisnis UMKM dalam bidang kuliner adalah salah satu bidang usaha yang berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia. Salah satunya Bandung, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Bandung dikenal sebagai kota yang paling kreatif dibandingkan dengan kota-kota lain di wilayah Jawa Barat. Salah satu bisnis yang paling cepat berkembang di Bandung adalah industri kuliner.

Kuliner menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat di kota Bandung. Sehingga menjadi persaingan ketat dalam berbisnis kuliner. Selain rasa yang lezat sajian unik dan menarik menjadi serta kreatif juga menjadi andalan untuk menarik pelanggan. Hal inilah yang menjadikan wisata kuliner di kota Bandung berbeda dengan tempat wisata kuliner di kota lain, sehingga para wisata kuliner juga datang dari berbagai daerah di luar kota Bandung. Sebagai kota besar dengan penduduk kota yang multikultural, Bandung menyediakan beragam jenis makanan, baik makanan tradisional maupun western. Makanan Eropa, China, Korea dan berdampingan dengan makanan dari pelosok nusantara.

Seiring dengan perkembangan zaman, pelaku usaha bisnis khususnya bidang kuliner di kota Bandung dihadapkan persaingan yang cukup ketat, untuk senantiasa melakukan inovasi memfasilitasi daya tarik kunjungan penikmat kuliner di kota Bandung. Tujuannya guna meningkatkan atau mendatangkan jumlah pengunjung dengan berbagai macam produk yang ditawarkannya disertai dengan sisi pelayanan yang berbeda. (Lintang & Rustianti, 2018)

Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan memiliki daya saing serta melakukan perubahan serta inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Boemi Deki 88 sendiri menghadirkan sajian nasi goreng *chicken hongkong*, mie oseng jawa manis, ayam geprek, bubur dan pisang keju hitam. Dikarenakan produk yang disajikan Boemi Deki 88 masih terbatas dalam menyajikan produk makanan yang bervariasi sehingga hal ini menjadi kurang minatnya konsumen dalam menikmati beberapa sajian oleh Boemi Deki 88.

Boemi Deki 88 ini berada di Kota Bandung yang beralamatkan di Gg. Sastradinata No.131, Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614, Indonesia. Nama Boemi Deki 88 ini dalam angka “88” ini diambil dari “*Feng Shui*” yang memiliki arti sebagai angka yang membawa keberuntungan dan keberlimpahan dalam budaya “*Feng Shui*”.

Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut maka peneliti tertarik dan meneliti lebih lanjut mengenai inovasi produk pada Boemi Deki 88. Hasil penelitian ini semoga dapat membantu memberikan saran dan alternatif solusi yang dapat membantu UMKM. Selanjutnya, hasil penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Inovasi Produk Kuliner Pada UMKM Boemi Deki 88 di Kota Bandung”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada inovasi produk yang diterapkan pada Boemi Deki 88 dengan menggunakan atau bedasarkan konsep fine dining.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penelitian dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum dari usaha Boemi Deki 88 ?
2. Bagaimana inovasi produk kuliner dari usaha Boemi Deki 88 di kota Bandung?
3. Hambatan yang telah dilakukan untuk meminimalisir hambatan dalam menjalankan usaha Boemi Deki 88 ?
4. Upaya – Upaya yang telah dilakukan untuk menjawab hambatan – hambatan dalam menjalan usaha Boemi Deki 88

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Mengetahui gambaran umum usaha Boemi Deki 88
2. Mengetahui inovasi produk kuliner dari usaha Boemi Deki 88 di kota Bandung
3. Mengetahui hambatan apa saja yang telah dilakukan untuk meminimalisir hambatan dalam menjalankan usaha Boemi Deki 88
4. Mengetahui upaya apa saja yang telah dilakukan untuk menjawab hambatan – hambatan dalam menjalan usaha Boemi Deki 88?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru serta memperluas pemahaman terutama dalam konteks inovasi produk kuliner pada UMKM Boemi Deki 88 di Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dipergunakan oleh akademik dalam hal ini jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pasundan sebagai referensi perpustakaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang inovasi produk. Selain itu juga sebagai aplikasi penerapan dari teori – teori yang telah dipelajari penelitian mengikuti pendidikan dibangku kuliah.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru, khususnya dalam hal inovasi produk, bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam bisnis kuliner.

3) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca yang tertarik untuk memahami lebih dalam tentang inovasi, terutama dalam konteks inovasi produk.

1.6 Lokasi dan Lama Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Boemi Deki 88 yang beralamat di Gg. Sastradinata No.131, Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614.

1.6.2 Lama Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan Februari 2023, penelitian dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel Jadwal Penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

| N O | Kegiatan | Tahun | 2023-2024 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|---|------------|---------------|---|---|---|---------|---|---|---|--------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | Bulan | Septemb er | | | | Oktober | | | | Novemb er | | | | Desemb er | | | | Januari | | | | Februari | | | |
| | | Mingg u | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Tahap Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Studi Literatur | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Observasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Mengurus Perizinan (Pra) Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Penulisan Proposal Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e. Pengajuan Judul Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | f. Pengesahan Judul Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | g. Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Tahap Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Observasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Analisa Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e. Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Tahap Pengujian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Revisi usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Revisi Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber : Hasil olahan peneliti